

Der objektive Blick von außen

Ehrlich gesagt: Wir sind stolz. Wir haben uns ein solches Ergebnis zwar erhofft, dass es jedoch derart deutlich ausfallen würde, freut uns immens. Wir wollten Ihre Meinung zu unserem Flaggschiff BRAUWELT erfahren und haben deshalb von TNS Emnid eine Leser-Struktur-Analyse durchführen lassen. Das Ergebnis ist überwältigend. Ab Seite 462 können Sie die Ergebnisse nachlesen.



Falls Sie nicht dabei waren, haben Sie jetzt Gelegenheit, sich zu äußern: Auf unserer Homepage **www.brauwelt.de** – Aktuelles/News finden Sie unsere Umfrage „BRAUWELT hakt nach“. Schauen Sie mal rein!

LEUCHTTURMCHARAKTER – Die Ausschreibung eines Architekturwettbewerbs ist bei öffentlichen Bauvorhaben durchaus üblich, bei privaten Projekten und erst recht bei Brauereien hat sie Seltenheitswert. Die Vorstellung von hohen Kosten, langen Vorlaufzeiten und mangelnder Einflussnahme auf die Gestaltung schreckt viele ab. Das muss nicht sein. Wie in der BRAUWELT Nr. 14, 2011, S. 437 berichtet, soll im Südtiroler Weinort Eppan eine Brauerei entstehen. Der Inhaber wagte den Weg über die Ausschreibung und war vom Ergebnis überrascht: Jenseits der eigenen Vorstellungen ergaben sich völlig neue, unkonventionelle, architektonisch

wertvolle Lösungen. Ab Seite 466 stellen wir Ihnen den Ablauf des Wettbewerbes und die eingereichten Modelle für den Brauerei-Neubau vor.

AUSSAGEKRÄFTIG – Bier sollte dem Verbraucher schmecken und nicht (nur) dem Braumeister. Um eine gleichbleibend gute Qualität zu gewährleisten, nimmt der Bräu einen hohen Kontrollaufwand auf sich. Wir starten in dieser Ausgabe mit einer fünfteiligen Reihe, in der ein Geschmackstest vorgestellt wird, der es dem Praktiker erlaubt, mit einfachsten Mitteln eine aussagekräftige und statistisch abgesicherte Bewertung der Geschmackskonstanz seines Produktes zu erhalten (S. 479).

RÜCKVERFOLGBAR – Bier ist ein sicheres Genussmittel. Seine Beliebtheit birgt allerdings ein hohes Potenzial für eine unverhältnismäßige Reaktion der Konsumenten, wenn Qualitätsprobleme auftreten. Eine kritische öffentliche Meinungslage über die Ernährungsindustrie kann in die Bierbranche ausstrahlen und den Zweifel der Konsumenten an der Qualität der Lebensmittel bzw. an der „Regierbarkeit“ von Lebensmittel produzierenden Betrieben nähren. „Über die Minimalstrategie hinaus“ lautet der Beitrag, der sich mit Betrachtungen zur Rückverfolgbarkeit am Beispiel des österreichischen Elektronischen Produktepases befasst (S. 490).

Und nicht vergessen: www.brauwelt.de – Aktuelles/News „BRAUWELT hakt nach“!

L. Winkler